



GRUPO ATILA

Edgar Mendoza López

1. INTRODUCCIÓN

EL GRUPO ATILA es una Pyme dedicada al diseño, almacenamiento y distribución de material publicitario para importantes compañías. Su sede principal se encuentra ubicada en Bogotá y una sucursal en Cali; además, cuenta con diferentes alianzas terrestres y aéreas para cumplir sus objetivos.

EL GRUPO ATILA se originó en el año 2001 por la iniciativa de Rubén Darío Guerrero, un Diseñador Industrial decidido a dejar de ser un empleado para convertirse en un empresario exitoso en el campo de la publicidad, el diseño y la logística. Al año siguiente se asoció con el señor José Francisco Roa, un profesional en el área de comunicación, quien decidió invertir en esta empresa.

Inicialmente ATILA se dedicó únicamente al diseño de la publicidad de algunas empresas como Juan Valdez, Comcel, Ola y Tigo; posteriormente, incursionó en el área de la distribución y bodegaje de material publicitario.

Actualmente trabaja con empresas como Microsoft, Colombia Móvil, Telefónica Movistar, Telecom, X-BOX y Samsung, en las que se dedica a desarrollar estrategias y líneas de trabajo para velar por el manejo y el buen mantenimiento de la marca y de la imagen corporativa de las mismas por medio de diseños, escenografías y arquitectura perdurable para la exhibición de productos y servicios; también es operador logístico para el mantenimiento de marca en los puntos de venta y debido a las alianzas estratégicas que tienen con transportadores terrestres y aéreos, puede realizar amplios cubrimientos para despachos de material de publicidad y exhibición a nivel nacional.

2. PROBLEMA

La finalidad de la comunicación organizacional es el cumplimiento de las metas y planes donde se integren todos los miembros de la organización, con el objetivo de ganar tanto en lo personal como en lo corporativo. Se desarrolla en tres escenarios dentro de todas las organizaciones: comunicación interna, comunicación intermedia y comunicación externa.

- **Comunicación interna:** se da de tres formas: descendente, ascendente y horizontal. Cada una de ellas tiene su razón de ser en su respectivo orden: la comunicación de las disposiciones de la gerencia, la participación en las decisiones de la compañía por parte de los empleados y el flujo de información entre las diferentes unidades de la organización.
- **Comunicación intermedia:** comprende la sincronización entre la comunicación interna y externa.
- **Comunicación externa:** nace de la necesidad de relacionarse con otros públicos externos a la organización, sin la cual su función productiva no se podría desarrollar. Debe planearse estratégicamente debido a que el mercado donde opera el negocio de la organización está en constante cambio. Hace parte de esta la comunicación comercial que comprende las relaciones comunicativas con el cliente, los proveedores, los competidores y los medios de comunicación.

En el caso de EL GRUPO ATILA, hay falencias en la comunicación intermedia, porque al haber incursionado en el campo de la distribución del material publicitario a nivel nacional, no se logró la respectiva sincronización entre la comunicación interna y externa, lo que generó demora en los procesos, retardo en las respuestas a los clientes y el no cumplimiento de la misión de la compañía.

EL GRUPO ATILA no tuvo en cuenta que desde el comienzo se debe establecer un plan de comunicaciones efectivo, aprovechando la tecnología utilizada por la empresa con el fin de lograr un ensamble entre todas las personas que hacen parte de ésta directa o indirectamente. Además se debe aplicar un modelo que satisfaga las necesidades de comunicación, para lograr que la empresa marche de manera sincronizada entre sus diferentes dependencias.

Detalles particulares

Las TIC son un conjunto de herramientas informáticas y telemáticas que permiten la manipulación de la información e inciden directamente en el acceso, producción, traslado y consumo de esta.

Por lo tanto, hoy en día es necesario implementar nuevas estrategias de comunicación debido a la incursión de las TIC en las organizaciones, en razón a que no estamos hablando propiamente de comunicación interpersonal sino que intervienen condiciones mediáticas muy especiales.

Los medios digitales corresponden a los modos informáticos como las distintas personas de la organización se pueden comunicar, siendo su principal objetivo el de agilizar el proceso de comunicación asociado a toda actividad de la organización que lo requiera. Algunos de estos son:

- **Intranet:** espacio navegable por donde converge la información vital del negocio: información general, información de las áreas, bases de datos, aplicaciones y servicios de información y comunicación.
- **Correo electrónico:** es el medio más difícil de controlar porque impacta de manera decisiva la imagen corporativa y las relaciones sociales con las audiencias tanto internas como externas, además es el medio más utilizado por los empleados de las empresas.

El no uso o el uso inapropiado de estas tecnologías representa un problema para las empresas. En EL GRUPO ATILA se presentaron los siguientes:

- Las planillas enviadas por vía fax en las que verificaban el nombre de la persona que recibía la mercancía y la publicidad no eran legibles; debían llamar a todos los puntos nacionales para que se clarificaran dichos nombres ocasionando demoras en la entrega de informes a los clientes.
- Los aliados aéreos demoraban en publicar y actualizar en Internet el estado de los envíos.
- Las bases de datos que enviaban los clientes (vía mail) a menudo estaban incompletas o con errores, lo que dificultaba el ingreso al sistema de los nombres de las personas que recibían la publicidad.

Así, el reto de GRUPO ATILA era el de establecer un plan de comunicación que se ajustara a sus necesidades, partiendo de la tecnología con la que contaban para lograr la sincronización interna o externa de todas las áreas de la compañía.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (Martelo y Calero, 2003)

Ver anexo

4.

PREGUNTAS ORIENTADORAS

1. ¿Qué tipo de organización es ésta?
2. ¿Cómo es su estructura organizacional y qué tipo de relaciones establece la organización con el entorno?
3. ¿De qué manera se aplican las funciones de la comunicación en la organización y qué niveles de organización existen? Ilustre su respuesta con ejemplos concretos.
4. ¿Cuáles son los problemas de comunicación más relevantes y qué tipo de estrategias sugiere para solucionarlos?
5. Infiera qué otros problemas se pueden presentar al no implementar un apropiado plan de comunicación.

